

Transkription des Beitrages „Ihr seid wichtig! Der Mensch als Schlüssel für Digitalität, Partizipation und Leadership“

Beitragende: Claudia Baumbusch (CB), Anke von Heyl (AvH) und Daniel Autenrieth (DA)

Moderation: Barbara Kiolbassa (BK) und Christopher Vila (CV)

BK: Wir starten jetzt in das Inhaltliche und beginnen gleich mit einem Impuls, bevor wir heute dann in Good-Practice-Beispiele eintauchen und heute Nachmittag dann in Workshops vertiefen. Also ihr seht hinter mir auch das Programm und ansonsten haben wir hier ja auch die Papierversion zur Hand und kümmern uns heute um die Leitfragen, die gerade Birte eigentlich total schön angesprochen hat. Diese Schnittstelle zwischen kleiner Institution, Publikum und Digitalität. Wie kann denn eine Kultur der Digitalität dazu beitragen, dass kleine Museen ihr Publikum anders einbeziehen? Und wir haben tatsächlich kurz ein kleines Mentimeter. Wir sind ja jetzt schon zwei, drei Minütchen hinterher. Aber uns interessiert natürlich auch die Perspektive und der Stand, den wir hier als Tagungsgemeinschaft mitbringen.

Ich sehe schon eine deutliche Tendenz. Für die meisten ist es Alltag tatsächlich und Herausforderung. Ich mag auch noch Neuland. Das ist ja ein mittlerweile relativ altes Zitat, aber schon noch aktuell. Ja, ich lasse euch mal gerne weiter ausführen, aber es ist schon mal schön zu sehen, wo wir stehen. Und ja, Alltag und Herausforderung kann auch Hand in Hand gehen. Das ist vielleicht gerade auch eine gute Überleitung zu unserem ersten Impuls.

Und zwar starten wir jetzt mit dem Impuls "Ihr seid wichtig! Der Mensch als Schlüssel für Digitalität, Partizipation und Leadership". Und dafür haben wir ein super tolles Dreigespann da, nämlich Claudia Baumbusch, stellvertretende Kulturamtsleiterin und Verantwortliche für das Stadtmuseum Pforzheim, Daniel Autenrieth, der ist Informatiker, Medienpädagoge und heute online zugeschaltet und Anke von Heyl, freischaffende Kulturberaterin und Expertin für digitale Kulturvermittlung.

AvH: Genau, ich komme ja aus Köln, da hätte ich fast jetzt gesagt Dreigestirn. Aber wir sind heute hier, um eine kollaborative Keynote zu gestalten, mit eben Claudia Baumbusch, Daniel Autenrieth und mir, aber auch mit euch allen. Und ich freue mich sehr, dass wir da jetzt mit der kleinen Verzögerung - aber wir rechnen einfach obendrauf - die Zeit starten können und wir beginnen mit Daniel. Daniel, bist du da?

DA: Vielen Dank, Anke. Ja, liebes Publikum, "Gemeinsam Digital" ist die erste Arbeitstagung für kleinere Museen im deutschsprachigen Raum mit dem Fokus auf Digitalität.....und spannend... [die Ton- und Video-Übertragung ruckelt stark] Hallo? Kann man mich hören? Verbindung wieder da? Ja? Okay, das hat jetzt nicht so gut funktioniert und ihr habt vielleicht gerade gedacht, das ist aber ein unerwartetes Hindernis, oder sehr ungeschickt, wenn jemand kommt, um über Digitalität zu sprechen. Aber keine Sorgen, dieser Zwischenfall war nicht zufällig, sondern genauso geplant. Ich wollte mit diesem kleinen Technik-Fail den Begriff der Digitalität für euch etwas besser erlebbar machen.

Denn die meisten von euch haben heute schon viele digitale Angebote genutzt. Vielleicht habt ihr euer Smartphone heute Morgen als Wecker benutzt oder ihr habt euch schon mit Menschen über WhatsApp ausgetauscht, etwas über die Tagung auf Instagram geteilt oder einfach Google Maps benutzt, um den Weg hierher zu finden. Was ich beschreibe, ist die gefühlte Selbstverständlichkeit des Digitalen, die wir nur bewusst wahrnehmen bei Abwesenheit oder bei Fehlfunktion. So wie wenn hier mein Video nicht richtig funktioniert. Und deswegen ist es super, dass wir uns hier bei "Gemeinsam Digital" mit der Digitalität und nicht mit dem Prozess der Digitalisierung beschäftigen. Denn Digitalisierung ist im ganz engen Sinn der Prozess der Überführung von etwas Analogem in Nullen und Einsen. Man legt ein Buch auf den Scanner und hat dann ein digitales Buch als PDF. Interessant wird Digitalisierung aber in einem erweiterten Sinne, nämlich Digitalisierung als Veränderung von Prozessen zu sehen, die mit Medien organisiert werden. Aus dieser Perspektive ist Digitalisierung dann ähnlich wie die Alphabetisierung. Auch diese kann man in einem engen Sinn verstehen, wenn es darum geht, dass Menschen individuell lesen und schreiben lernen. In einem weiten Sinn verändert die Alphabetisierung aber die Gesellschaft als Ganzes, weil Prozesse jetzt auf Basis von Schrift und nicht mehr einfach nur mündlich organisiert werden. So kann ich Wissen zum Beispiel als Buch vollständig weitergeben, ohne dass wie bei der Stillen Post durch die Nacherzählung immer mehr Inhalt verloren geht.

Und jetzt kommen wir zur Digitalität. Diese entsteht, wenn Digitalisierung als Prozess eine gewisse Tiefe und Breite erreicht hat. Dann entstehen nämlich ganz neue Möglichkeitsräume durch digitale Medien, zum Beispiel eine gemeinschaftlich und transparent aufgebaute, hochaktuelle, kostenlose Enzyklopädie, die große Teile des Wissens der Welt abbildet. Ich rede natürlich von der Wikipedia. Jetzt aber noch einmal zurück zur Alphabetisierung der Buchkultur. Diese Buchkultur war geprägt von gewissen

Vorstellungen, Linearität. Dinge hängen logisch miteinander zusammen. Zuerst kommt die Ursache, dann die Wirkung. Alles hat seinen festen Platz in einem geordneten Zusammenhang. Die Digitalität braucht jetzt aber ganz andere Vorstellungen und Konzepte. Zum Beispiel Nichtlinearität, assoziative Verknüpfung, Parallelität und Gleichzeitigkeit. Etwas kann an mehreren Orten gleichzeitig sein usw.

Das sind zunächst einfach andere kulturelle Erfahrungen, die der Möglichkeitsraum der Digitalität uns bietet und uns damit auch eine andere Selbst- und Welterfahrung bietet. Das ist erst einmal weder gut noch schlecht, sondern einfach anders und mit seinen ganz eigenen Potenzialen und Herausforderungen. Kulturtechniken verändern sich deswegen und damit auch die Art und Weise, wie wir lernen, zusammenarbeiten und Probleme lösen. Und weil uns das alleine überfordern würde, sind Formen des gemeinschaftlichen Austauschs, des Reflektierens, des Zusammenarbeitens und auch des Leaderships in einer Kultur der Digitalität so wichtig. Und das ist das Stichwort für Claudia.

AvH: Genau. Claudia! Claudia, wo bist du? Da!

CB: Hallo Anke, grüß dich, ich bin hier. Mittendrin im Publikum. Da, wo ich hingehöre. Das ist unser Verständnis von Leadership und lebendigem Leiten. Wir sind große Fans von partizipierender Leitung. Das heißt, wir sind gleichzeitig Teil der Gruppe und Leitende, also Teil eines Teams, der Zielgruppe oder auch der Kooperationspartner und -partnerinnen, mit denen wir zusammenarbeiten. Lebendiges leiten, das heißt für uns, wir haben unser Ohr nah an den Menschen, mit denen, durch die und für die wir arbeiten. Wir haben eine Vorstellung von ihren Anliegen, Befindlichkeiten und Bedürfnissen in Zeiten rasanten Wandels, in denen Change und Chance nah beieinander liegen. Und eine Vorstellung, natürlich haben wir auch von den damit verbundenen Zielen und Maßnahmen. Unsere Aufgabe ist es, zuzuhören, zu verstehen, zu steuern. Für uns bedeutet Leitung nicht oder nicht nur Entscheidungen zu treffen und Verantwortung zu übernehmen, sondern auch Impulse zu setzen, zu coachen, zu empowern und auszuhandeln, was im Rahmen gegebener Möglichkeiten machbar ist und darüber hinaus vielleicht auszuloten, wo diese Bedingungen verändert werden können. Leadership in unserem Verständnis meint, für klare und transparente Strukturen zu sorgen, Beziehungs- und nicht nur Sacharbeit in den Fokus zu rücken, also Möglichkeitsräume zu gestalten, in denen Bewährtes und Innovatives wachsen und gedeihen kann. Leadership braucht Mut, ausgetretene Pfade zu verlassen, sich selbst und das eigene Handeln kritisch in Frage zu

stellen. Viele der hier Versammelten arbeiten in Organisationen mit vorgegebenen Strukturen.

Der Spagat zwischen klassischen und flachen Hierarchien ist ein Balanceakt und er birgt Konfliktpotenzial. Es braucht Mut, solche und andere Konflikte anzunehmen, zu klären, auszuhalten. Auch Mut, Fehler zu begehen, zu scheitern und daraus zu lernen. Stichwort Fehlerkultur. Leadership braucht einen inneren Kompass, braucht Halt und Haltung, an dem sich das Verhalten ausrichtet. Leadership in einer Kultur der Digitalität, wie Daniel sie beschrieben hat, setzt ein humanistisches Grundverständnis voraus. Der Mensch steht im Mittelpunkt. Leadership nutzt die Weisheit der Vielen und profitiert von der Kultur der Digitalität. Das ist nur in wechselseitiger, interdisziplinärer Kommunikation und Kollaboration zu erreichen und nicht mit einem einzelnen Redebeitrag ex cathedra, also vom Pult aus. Deshalb stehe ich hier mitten im Publikum, mitten unter euch. Ja, und damit übergebe ich an Anke, die auch ein wenig das Thema Partizipation beleuchtet.

AvH: Komm zu mir! Also ihr habt schon gesehen, es geht ganz viel auch um Haltung. Das ist etwa... wunderbar. Und, Daniel, ihr seht es, wir können von überall her und wir können alle mit einbeziehen und mein Part ist immer auch so ein bisschen von außen auf die Museen zu gucken. Und natürlich das Thema Partizipation mit dem Publikum zu verbinden. Denn wir haben es schon gehört, wir befinden uns in Zeiten des Wandels.

Wir befinden uns in Change Prozessen und Partizipation, das ist meine Meinung, ist ein ganz zentraler Baustein innerhalb eben der Transformation und besonders für den Kulturbereich wichtig. Man kann sozusagen auch mit dem digitalen Wandel historisch neue Partizipationsmöglichkeiten verorten. Und das hat zur Folge - Claudia hat das auch eben schon schön beschrieben - dass man sein eigenes Verständnis als Institution auf den Prüfstand stellen muss, dass man auch vielleicht die Gatekeeper Funktion aufgeben muss. Man ist nicht mehr der alleinige Herrscher, die alleinige Herrscherin über die Inhalte und das ist etwas - Claudia hat es auch beschrieben - das ist durchaus auch anstrengend und mit vielleicht auch Reibung verbunden. Aber wenn wir jetzt - Daniel hat auch den Begriff des Möglichkeitsraumes hier mit reingebracht - wenn wir das als große Chance sehen und wir tauschen nur das G bei Change aus, dann sind wir ja bei Chance. Dann muss man gucken, welche Rollen übernehmen wir denn jetzt als Institution? Wie verändern wir uns auch oder ihr euch in euren Aufgaben? Und da ist sicherlich auch eine große Bewegung drin und man kann das Potenzial nur heben, wenn man tatsächlich auch bereit ist, sich zu öffnen und mit dem Publikum die starren Strukturen, die es

bislang auch durchaus noch gibt, zu öffnen, um mit dem Publikum gemeinsam zu arbeiten. Und Birte Werner hat es eben so schön gesagt - Teilhabe - ich gebe noch mal einen drauf, nämlich die Teilgabe. Das ist auch noch mal ein Begriff, und da gibt es im Digitalen diese Begrifflichkeiten Kontribution, Kooperation, Co-Creation. Das sind alles unterschiedliche Niveaus, sozusagen, wie man auch das Publikum mit einbinden kann. Es ist teilweise kuratiert, aber es gibt auch Möglichkeiten, sozusagen ganz frei, einfach die Umgebung so zu gestalten, dass Beiträge geliefert werden können, ohne dass jemand da noch mal drüber guckt und einen Qualitäts-Check macht. Das kann man sich vorstellen, dass das durchaus etwas ist, mit dem man auch erst mal klarkommen muss und wo man seine eigene Haltung ganz genau hinterfragen muss und wo man eben sozusagen bestimmte Rahmenbedingungen auch auf tun kann. Und um diese Co-Creation-Contribution-Idee zu vervollständigen, haben wir uns gedacht und die Heike hat mir gerade eine Zeit gezeigt, aber wir dürfen ja ein bisschen obendrauf geben, oder? Wir haben ja später angefangen, oder?

Wir machen jetzt noch nämlich genau das, was wir eigentlich ja einlösen wollten - Gemeinsam digital, gemeinsam mit euch. Und da rufe ich jetzt auch noch mal den Daniel wieder zu uns, genau. Und auch wir haben natürlich Mentimeter am Start und möchten gerne euch in die Lage versetzen - auch gerne, ihr Lieben, im Zoom, dass ihr bestimmt, wie jetzt diese Keynote, wie dieser Impuls, weitergeht. Und ihr könnt jetzt den Satz vervollständigen: "Für meinen Arbeitsalltag würde ich gerne wissen..." Schreibt einfach rein, Wir gucken dann, was wir dazu beitragen, um euch vielleicht diese Antwort zu geben, die ihr für euren Arbeitsalltag braucht.

Wir haben jetzt zwölf Fragen, aber wir haben natürlich zeitmäßig ein begrenztes Budget deswegen. Daniel Was machen wir jetzt?

DA: So, und ihr könnt mich hoffentlich hören? Wunderbar, dann wollten wir euch bitten, dass ihr tatsächlich in die Liste der Fragen wir jetzt auch auf eurem Smartphone seht, mal reingeht und schaut, was interessiert euch tatsächlich am meisten...

AvH: Aber die Leute haben schon gevotet. Passiert schon automatisch.

DA: Wer das noch nicht gemacht hat. Einfach gerne mal mit dem Däumchen das nach oben voten, was euch interessiert und dann werden wir die versuchen, auf jeden Fall die ersten fünf Fragen zumindest zu beantworten. Und den Rest versuchen wir dann auf einem anderen Wege natürlich auch noch darauf einzugehen.

AvH: Genau. Dann legen wir jetzt mal los und wir tauschen immer durch. Also ich nehme Stellung zu Frage eins "...wie ich Digitales und Analoges zusammenbringe." Da kann ich zunächst einmal darauf antworten, dass man das auch nicht mehr als so zwei Gegensätze denken sollte, sondern das ist eigentlich wir befinden uns in postdigitalen Zeiten permanent gleichzeitig anwesend. Die Frage zielt darauf ab, wie kann ich es vielleicht gut anleiten, dass man im analogen das Digitale einbindet? Und da kommt es darauf an, ob man das beispielsweise vor Ort sich überlegt, wie kann ich von dort aus, digitale Stationen so gut einbinden, dass ich ein Erlebnis vor Ort habe? Oder eventuell auch Wie kann ich im digitalen Raum sozusagen die Besonderheit, das Tolle unseres analogen Angebotes erzählen? Da geht es viel darum auch es wird ja immer so gesagt im Digitalen kann man nicht fühlen. Aber es gibt durchaus Möglichkeiten, auch über Geschichtenerzählen, über das die Möglichkeit, dieses Erlebnis auch noch mal darüber zu sprechen und abzubilden, zu zeigen, Wer steckt dahinter, die Menschen zu zeigen. Und dann klappt das ganz gut mit der digitalen, analogen Welt.

CB: So, für die nächste Frage, die hochgevolet wurde. Da würde ich ganz gerne an den Daniel übergeben, denn da ist er der Experte dafür, wo kann KI helfen?

DA: Ja, KI ist natürlich ein interessantes Thema, weil es uns seit über einem Jahr jetzt im Mainstream auch tatsächlich begleitet. KI war natürlich schon vor vielen Jahren in der technischen Entwicklung ein relevantes Thema. Aber tatsächlich ist es ganz wichtig, wenn man sich fragt Wo kann mir KI im Alltag helfen, eine gewisse Erwartungshaltung einzunehmen? Wo ich sagen kann KI ist jetzt nicht der Heilsbringer, ich kann jetzt alles irgendwie mit KI lösen, sondern dass ich weiß, KI ist für mich wie ein Copilot, ein Assistent, der, der immer irgendwie neben mir ist und den ich benutzen kann. Vor allem im Fall von Large Language Models, große Sprachmodelle wie ChatGPT. ChatGPT, damit habe ich natürlich eine Allzweckwaffe, die mir bei allem helfen kann, was textbasiert ist. Das heißt, egal ob das ist, Ausschreibungen für bestimmte Veranstaltungen zu schreiben, die dann auch noch mal zielgruppenspezifisch zu nutzen und dann zu sagen okay, ich brauche das jetzt für die Zielgruppe soundso oder für die Zielgruppe soundso und ich brauche dafür jeweils die treffende Formulierung oder entsprechend dann diese ganzen Texte dann auch noch mal als Alternativtexte zum Beispiel für Webseiten umzuformulieren oder was man da eben auch braucht, dass das im eigenen Haus dann eben angeht. Das ist die eine Sache, mit der ich dann Content noch mal produzieren

kann. Auf der anderen Seite kann ich es natürlich auch für die internen Abläufe und das interne Wissensmanagement noch mal ganz interessant nutzen, weil ich die Texte, die über die letzten Jahre alle schon entstanden sind, nehmen kann und mir mein eigenes Wissensnetz aufbauen kann. ChatGPT beispielsweise auch wieder so konfigurieren und dann diese Quelle nutzen, um dann Fragen an dieses System zu stellen, was komplett auf meine Bedürfnisse trainiert ist. Also sei es nach konkreten Abläufen für Anträge innerhalb des Hauses zu fragen oder auf Basis von den Informationen, die ich reingegeben habe, Newsletter Texte zu erstellen und und und.

Und dann habe ich sozusagen hier auf der einen Seite Allzweckwaffe, auf der anderen Seite habe ich aber auch noch mal ganz spezifische Systeme, zum Beispiel, die mir helfen, Videos besser zu machen, indem ich zum Beispiel Augen korrigieren kann, wenn ich von einem Teleprompter ablesen, die dann die Augen nach vorne schieben usw. und so fort. Also da ist dann sozusagen die Kunst auszuwählen, welches Tool brauche ich für was? Aber das ist so ein weites Feld, da könnte man ganze Tagungen tatsächlich dazu machen.

CB: Gut, dann würde ich noch die Frage „Wie kann ich Inklusion sinnvoll auch in kleineren Museen integrieren, auch mit kleinerem Budget?“ Ich gehe von einem weit gefassten Inklusionsbegriff aus und macht das einfach mal an einem Beispiel deutlich von uns aus Pforzheim, vom Stadtmuseum, wo wir im letzten Jahr einen Raum in einem Wechsausstellungsbereich eingerichtet haben, speziell für Kinder und Jugendliche in einem Quartier, das durchaus sozial seine Herausforderungen hat und wo wir, wo es uns gelungen ist, einen Raum zu schaffen, wo aktuell zu den Öffnungszeiten am Nachmittag 15 bis 20 Kinder und Jugendliche hinkommen. Und wir haben das damit gemacht, dass wir ganz viel Deutungshoheit abgegeben haben und eine Projektgruppe von genau dieser Zielgruppe, das waren Werkrealschüler, neunte Klasse. Ich glaub die, die aus der Museumspädagogik kommen, die wissen, was da dann mit einem zusammen im Raum ist und was da sich so ereignet. Und es war absolut großartig, weil die ganz entscheidende Frage war: Was wollt ihr? Was braucht ihr in diesem Raum, damit ihr wiederkommt? Und diese vielen Ideen, die die Kids und die Jugendlichen gehabt haben, die haben sie uns mitgeteilt. Wir haben sie mitgenommen und wir haben nach deren Vorstellungen einen Raum gestaltet, der jetzt da ist. Der funktioniert sowohl in Öffnungszeiten, in individuellen Öffnungszeiten nur für diese Kinder und Jugendlichen, aber auch für unsere normalen museumspädagogischen Programme, die wir jetzt grad dabei sind, auch für diesen Raum speziell noch einmal anzupassen, vor dem Hintergrund: Wo bilden wir

eigentlich im Museum die Geschichte dieser Zielgruppe ab? Und Sie merken schon, da geht es ganz viel um Publikum, das wir einladen mitzugestalten. Da geht es ganz stark auch um Programm. Was brauchen wir für ein Programm, gemeinsam erarbeitet mit diesen Zielgruppen. Das hat natürlich auch mit uns als Personal, als Team etwas zu tun. Wie gehen wir damit um? Und das Thema ist immer wieder eher in die Rolle des Zuhörenden oder der Zuhörenden zu gehen und nicht permanent zu meinen, man muss sein Museum vermitteln. Ich muss die Lust erzeugen, ich muss die Motivation erzeugen, dass diese Kids und diese Jugendlichen von sich aus selbstgesteuert und eigenmotivational in das Museum hineingehen und die Räume entdecken. Und wenn sie nur eine gute Zeit in diesem Raum gehabt haben, der Teil des Museums ist, dann ist eigentlich schon ganz, ganz viel erreicht. Also auch das: abendfüllendes Thema oder tagesfüllendes Thema, aber wir sind ja auch noch ein Weilchen da und ich gucke mal so ein bisschen auf die Uhr. Genau, ich sehe es gerade. Deswegen würde ich an der Stelle die Fragebeantwortung stoppen. Aber wir sind alle da und ihr könnt uns gerne auch noch nachher ansprechen. Für uns wäre jetzt superspannend zu wissen...

AvH: Wobei ich gerade finde, dass diese Frage eben mit dem, was du gerade gesagt hast, hervorragend auch mit beantwortet werden kann. Und ein kleiner Zusatz noch, weil ich vermute, dass die Frage der Inklusion auch durchaus relativ spitz auf Barrierefreiheit, vielleicht auch im Digitalen gedacht war. Der Daniel hätte jetzt wahrscheinlich noch mal sehr schön ausbreiten können, wie auch genau da KI helfen kann und beispielsweise Alternativtexte, was ja auch eine Sache ist, die relativ simpel herzustellen ist, da einfach mal solche Sachen schon mal über diese Knopfdruck-KI-Geschichte zu lösen.

CB: Wir haben noch drei Minuten und jetzt bitte ich euch ganz, ganz schnell nochmal das Handy zu zücken. Wir haben noch eine Menti-Folie für euch vorbereitet. Wir hätten gerne ein Feedback von euch. Was nehmt ihr aus dieser halben Stunde mit? Und wir freuen uns über reges Feedback.

AvH: Und die restlichen Fragen, die eingegangen sind: Ich wink mal, Christopher steht da hinten, der macht ja morgen so schöne Panels, da zecke ich mich einfach dazwischen und nehme die anderen Fragen, die noch offen sind, da mit rein und dann können wir vielleicht auch das nochmal besprechen. Vielen, vielen Dank auf jeden Fall, dass ihr diesen Impuls mit uns gestaltet habt. Und ich wünsche uns allen eine wunderbare Tagung. Wir nehmen das hier sehr gerne mit. Motivation dazu ist, glaube ich, diese

Veranstaltung schon mal sehr gut gestartet. Herzlichen Dank euch allen und wir sprechen uns.

CV: Nochmal hallo ins Digitale. Noch mal ganz kurz...

AvH: Hallo Zoom.

CV: Ahh, da winkt jemand. Das ist immer schön als Reaktion. Genau, noch mal ganz kurz was: Wer #keinRembrandt nicht kennt: #keinRembrandt ist tatsächlich ein Netzwerk von mittlerweile gut über 30 kleineren Museen, die sich gemeinsam auf den Weg gemacht haben, dem digitalen Wandel zu begegnen. Mit mehr oder minder Erfolg, auf jeden Fall sehr hemdsärmelig und sehr pragmatisch. Und wir haben uns gedacht, die ganzen Erfahrungen, Hindernisse aus dem Alltag, die uns begegnen. Geht euch nicht anders. Und da wollt man mal drüber reden. Und wir starten mit Anke von Heyl, die ihr gestern schon bei der Keynote erlebt habt. Und du hast uns, glaube ich, noch was von der Keynote mitgebracht.

AvH: Ja, genau. Cool, dass ich hier jetzt sitzen darf und guck mal, dieser schöne Kussmund von Rembrandt. Ich liebe das sehr, der uns hier rahmt. Und wir hatten ja gestern einen Mentimeter aufgesetzt und durch das Hochvoten konnten die ersten Fragen beantwortet werden. Aber ich hatte ja versprochen, ich nehme noch mal ein paar Fragen mit und Christopher da ist vielleicht auch sogar was dabei, wo du auch nochmal was dazu sagen wollen würdest/könntest. Weil es sind doch immer wieder auch dieselben Dinge, die die Menschen umtreiben. Weil es waren eben, so ein paar Sachen, die da noch offen geblieben sind und ich fasse mal einige zusammen, die sich vor allem auf das - wir hatten das - Thema Leadership auch bezogen haben. Wie kann ich denn - also ich fand das ganz schön - hier steht auch wie kann ich Vorgesetzte mutig machen, wie kann ich Berührungängste nehmen? Und auch die Institutionen, vielleicht auch sogar die Entscheider in Institutionen motivieren sich auf diesen digitalen Weg zu machen? Da waren einige Fragen, die in diese Richtung gehen. Und wir erleben das ja auch immer wieder, dass es darum geht, alle mitnehmen zu wollen, alle zu überzeugen. Und da kann man natürlich dann als erstes sagen, man sammelt sich am besten die, die man nicht großartig überzeugen muss, um sich auch auf so einen Weg zu machen.

Aber natürlich ist eine ganz entscheidende Frage: Wie kriege ich denn die Entscheider mutig vielleicht auch hinter solchen Projekten zu stehen und sich dafür einzusetzen? Und da ist meine Empfehlung auch die, dass man versuchen muss, mit einzelnen Beispielen auch zu kommen, vielleicht auch zu zeigen, was andere schon machen, was andere auch erfolgreich machen. Weil man muss einfach die Vision im Kopf auch der

Entscheider*innen öffnen. Ist meine Meinung, damit sie verstehen, in welche Richtung es geht. Du zuckst so ein bisschen...

CV: Ja, also ich bin... Ich sehe das auf mehreren Ebenen. Erstmal ist das ja so, ich meine Projekte sind Projekte, und Projekte sind eigentlich ja für eine Organisation was ganz Tolles, weil die Arbeit macht ja das Projektteam, die muss ich ja gar nicht machen. Also wenn ich sozusagen Teil der Organisation bin. Und deswegen verändert sich ja allein aus dem Projekt heraus erstmal noch gar nichts in der Organisation. Das heißt, ich kann meinen meine tägliche Arbeit weitermachen und wäre eigentlich gar nicht behelligt von diesem Projekt.

AvH: Aber wenn wir noch gar nicht da sind beim Projekt...

CV: Genau, dann ist natürlich immer die Frage, Woher kommt der Impuls? Und wenn der Impuls von extern kommt, dann ist es natürlich immer erstmal ein Fremdkörper, der da ist, der bedrohlich wirkt, der vielleicht belehrend wirkt. Und natürlich immer die Frage dieses Commitment von ganz oben, ist das vorhanden? Ist es nicht vorhanden? Ich erinnere mich so... Andersrum: ich kenne auch genügend Leitungspersonen, die schon mal gesagt haben, mit dem ganzen Digitalkram habe ich einfach nichts am Hut.

AvH: Ja, ich meine, wir befinden uns heutzutage in Zeiten, wo man das nicht mehr so ganz ungestraft sagen kann, ohne dann vielleicht auch so ein bisschen als rückständig zu gelten. Aber ich meine der Pain Point derjenigen, die sich eben auch aufmachen, die sagen, wir möchten gerne gute digitale Projekte auch an Land ziehen oder wie auch immer, den sehe ich schon, dass man da natürlich im Rücken auch Entscheider braucht und sei es dann vielleicht letztendlich auf der nächsten Ebene die Stakeholder, die kulturpolitischen Entscheider. Und das ist eine ziemliche Arbeit, die man zu investieren hat, um auch zu sagen, man muss da Überzeugungsarbeit auch in der ein oder anderen Stelle leisten.

CV: Nicht nur Überzeugungsarbeit, sondern tatsächlich, das sage ich immer Leuten: Ihr müsst ja eine Geschichte erzählen. Woher kommen wir? Wo wollen wir hin? Und je besser diese Geschichte ist, desto mehr Leute kann ich mitreißen und vor allen Dingen nicht nur frontal zu sagen: Das ist so wichtig, wir müssen das machen, wenn wir relevant, wenn wir zukunftsfähig bleiben wollen. Sondern: Was wollt denn Ihr? Anke, wenn du in der Vermittlung tätig bist, was brauchst du? Was willst du, digitales für die Vermittlung? Was mag der Kollege, die Kollegin, die die Sammlung managt? Das dafür, auch den

Raum zu öffnen. Und von ganz oben, von den Kulturpolitikern, von den Trägern braucht man nicht nur das Commitment für ein gezieltes Projekt.

Denn ganz schnell, wenn man ein Projekt macht, wird man es meiner Erfahrung immer, stellt man fest: Oh, wir haben das Projekt vielleicht ein bisschen zu abgekapselt gedacht. Jetzt kommen wir an den Punkt, wo wir Entscheidungen treffen müssen, wo wir Konsens herbeiführen müssen, die vielleicht erstmal über eine reine Digitalanwendung hinausgehen, wo es um Ressourcen geht.

Wie werden langfristig Ressourcen vielleicht verschoben oben oder zusätzliches Personal herbeigeführt oder Entscheidungen delegiert? Und da braucht es aber auch die Freiheit, dass das Projekt sozusagen diese Entscheidungen mit auf die Agenda bringen darf und nicht nur sozusagen jetzt hier ein Produkt hinstellen soll und dann existiert das Produkt.

AvH: Aber dennoch bleibe ich eben auch bei der Empfehlung, dass man schon auch um die Fantasie in den Köpfen der Entscheider anzuregen, vielleicht über gute Beispiele sich da so ein bisschen Wissen, vielleicht auch in die Entscheidungsebene hineinzubringen. Das ist, glaube ich, ein ganz guter Anfang. Das andere, was hier auch in den Fragen von gestern noch offen ist, war, das geht so ein bisschen in die Richtung auch wie nehme ich denn alle mit und wie kann ich vielleicht eben auch die Idee der Partizipation einlösen?

Wie kann ich auch zeigen, dass man eben auch sich öffnet und dass man vielleicht auch so ein bisschen die Deutungshoheit abgeben kann, um da einen Input auch von anderen als nur dem internen Team zu bekommen. Und da ist auch, glaube ich so eine Frage: Kleine einzelne Seedbombs zu setzen, um zu sagen hier, na mach doch einfach mal ein Beispiel, wo vielleicht auch die Expertise der Kolleg*innen im Team glänzen können, die dann damit auch ein tolles Feedback bekommen von außen. Ja, man muss natürlich, das ist auch so eine Qualität der Kommunikation, der internen Kommunikation, wenn man dann nicht so Fronten aufbaut, wo die einen sagen, wir müssen aber partizipative Projekte machen und wir müssen uns öffnen und die anderen sagen: Nein, wir sind diejenigen Gatekeeper, wir machen hier dicht und da sehe ich zum Beispiel auch, weil wir ja hier über kleine Museen reden, ja, da sehe ich auch eine große Chance darin, dass man da eben nicht große Abteilungen hat, die man alle mit mühsamen Überredungen mitnehmen muss, sondern dass man sagen kann, Du sagst Geschichten, dass sich alle hinter so Narrativen dann auch zusammenschließen können und vielleicht auch das Positive dann für sich selber, für die eigene Arbeit daraus ziehen.

CV: Da ist natürlich gleich das Sprichwort, das Schlagwort, das schon die letzten zwei Tage immer wieder genannt wurde: Agilität. Und ich, also ich stehe dazu zu sagen, wir kleinen Museen, wir praktizieren das schon jeden Tag im Alltag, bloß wir nennen es gar nicht Agilität, weil wir sind querschnittsorientiert aus gezwungenen Maßnahmen, weil es eine One-Woman-, One-Man-Show ist oder ein kleines Team ist, in der Arbeit mit ehrenamtlichen und von daher ganz viele der agilen Prinzipien in auch iterativ immer wieder sich zu verbessern, an und dran zu feilen, das praktizieren wir schon. Wir nennen es bloß nicht so, aber genau diese Arbeitsweisen eben auch im Projekt zu verändern, also weiterhin umzusetzen und sich nicht zu verstellen und zu sagen: Hey, jetzt habe ich eine große Förderung und Projekt, jetzt muss das so hochglanzmäßig sein, das wird nicht funktionieren.

AvH: Ja, aber vielleicht mal, also wenn diejenigen, die jetzt da noch zugeschaltet sind, auch eine Frage haben oder wer uns hier im Raum zuhört, gerne auch nochmal die können die auch nochmal loswerden. Also sonst gehe ich hier schön weiter vor. Ich habe nämlich noch eine Frage, wofür wir vielleicht auch zusammen mal so ein bisschen sammeln können, nämlich: „Welche Grundausstattung braucht es für Digitalisierung?“

Das natürlich ist eine sehr konkrete Frage. Was muss ich alles irgendwie anschaffen oder haben? Auch da ist es wahrscheinlich step by step. Ja, was möchte ich gerne erstellen? Aber für mich, mir kam das ganz spontan in den Kopf, das ist schon, auch wenn man beispielsweise in Social Media ein bisschen was machen will, man kann ja mit dem kleinen Ding hier [zeigt ein Smartphone] mit dem Produktionsbüro in der Hosentasche schon einiges machen, aber aus meiner Sicht ist zum Beispiel totaler Game Changer, guter Ton.

Und da sind, ist für mich so Empfehlung für eine Grundausstattung: kauft euch doch so RØDE-Ansteckmikros. Oh, jetzt habe ich irgendeine Firma genannt, aber, also dass man einfach sagen kann, man hat so Ansteckmikros, weil man hat vielleicht einen Kurator, eine Kuratorin, die man mal eben hier in die Ausstellung oder vor ein Objekt stellen kann, die kann was gescheites auch dazu sagen. Aber wenn der Ton dann so Matsche ist, dann kann man das nicht verwenden. Das wäre so was, wo ich sage, Grundausstattung wäre doch cool, so was zu haben. Und natürlich ein gutes Phone. Und da bin ich auch immer diejenige, die sagt, schafft euch so ein Diensthandy an.

CV: Ja, ich wollte noch viel, viel weiter vorher anfangen. Ich wollt gerade sagen, so ein Internetanschluss im Museum wäre ganz nett und so aus der eigenen Erfahrung

gesprochen als kleines Museum. Meine erste Amtshandlung, wie ich das 2019 übernommen habe, war tatsächlich zum Bürgermeister zu gehen und erstmal eine Stunde lang zu erklären: Wieso brauchen wir einen Internetanschluss im Museum? Was dann auch relativ zügig geklappt hat. Aber nein, ich glaube, das Wichtige, was man sagen muss: Eine Basisausstattung ist gut investiertes Geld. Es gibt mittlerweile tolle Technik-Zettel, -Listen, auch zum Beispiel aus dem Förderprogramm KULTUR.GEMEINSCHAFTEN und Kulturstiftung der Länder, wo insbesondere eben kleine Einrichtungen gefördert wurden, zum Thema Digitalisierung und digitale Infrastruktur. Und es muss nicht immer sozusagen das neueste iPhone sein, um gute Inhalte zu produzieren, sondern es gibt genügend Baseware am Markt, die gute Ergebnisse liefern. Und wenn dann doch mal was kaputt geht, ist man nicht sofort gleich handlungsunfähig, weil man sich das Gerät nicht nochmal ein zweites Mal aus den regulären Budgets leisten kann.

AvH: Ja, und dann hängt das natürlich ab von dem, was man machen will. Es ist gut, wenn man auch mal eben so ein bisschen was ausprobieren kann. Wenn man möglicherweise eine App macht, die auch auf Tablets läuft, dann ist es natürlich sinnvoll. Man hat ein eigenes Tablet. Ich weiß nicht, wie lange ich hier noch quatschen darf...

CV: Ich würde dir jetzt einfach noch zum Abschluss eine Frage anbieten...

AvH: Ja, sehr gut. Also die anderen, die wir hier noch mitgenommen haben, da gucken wir mal, dass wir das vielleicht auch noch auf die eine oder andere Weise, es gibt ja glaube ich, eine Dokumentation hier von unserer Veranstaltung, dann noch nachliefern können.

CV: Genau, also vorher nochmal sozusagen das wirklich ausdrückliche Angebot in den digitalen Raum: Schreibt in den Chat, lasst melden, Handzeichen, ihr könnt ruhig mitdiskutieren und ansonsten die schon bereits viel angekündigten Karten.

AvH: Ach, die Karten, eine darf ich ziehen?

CV: Eine darfst du ziehen.

AvH: Dann nehme ich mal grün.

CV: So, dann kannst du dir einen Satz aussuchen. Und bitte vorlesen...

AvH: Natürlich, mein Lieblingssatz: Die Aura des Originals ist unübertroffen.

CV: Ja, was würdest du sagen mit Blick auf die letzten zwei Tage?

AvH: Ja, ja, die Aura, das Wort mit A. Da könnte ich jetzt lange drüber reden. Ich finde man, das ist natürlich auch ein sehr schöner philosophischer Ansatz, über die Aura nachzudenken. Über die Frage auch, es gibt ja die These, dass die im Digitalen nicht vorhanden ist. Ich habe mir dazu mal angeguckt, was ist eben auch was, sagt Walter Benjamin zur Aura, der das ja an van Gogh festmacht. Und meine These ist, dass die Aura der Bilder von van Gogh sehr viel mit der Story um van Gogh und dem abgeschnittenen Ohr und dass er Zeit seines Lebens nie was verkauft hat oder nur ein Bild, zu tun hat. Und da frage ich mich, warum kann man das nicht im Digitalen auch erzählen? Also das hat für mich keine Aura. Natürlich ist so diese Frage. Ich stehe davor und das ist das echte Ding, was so und so viel 100 Jahre alt ist. Aber das ist für mich auch eine interessante Sache - vielleicht ein Forschungsauftrag, ja. Auch überleg doch mal, wie kann man dieses Phänomen der Aura, dass ich Berührung habe mit etwas, was hunderte Jahre alt ist, was ja oftmals so als Aura dargestellt wird, wie kann ich das auch nutzen, um vielleicht im Digitalen darüber zu erzählen und um da etwas ähnliches auch abzubilden.

CV: Also ich bin da noch radikaler und ich sage ja ganz klar Aura ist eine Zuschreibung des Publikums. Und wenn das Publikum digital ist, dann kann auch im Digitalen eine Aura existieren. Und mein Lieblingsbeispiel ist da ganz klar: Vor Jahren gab es in den Niederlanden das sogenannte Bosch-Projekt, Hieronymus Bosch. Und das Projekt hat sich mal drangesetzt, alle Werke von Bosch systematisch zu dokumentieren, und zwar eben nicht lösend zu fotografieren, aber auch Röntgenaufnahmen zu machen, um die Unterzeichnung, sichtbar zu machen und haben diese ganzen Ergebnisse online gestellt. Die sind heute noch abrufbar und da kann ich über einen Side-by-side-viewer einfach hin und her ziehen und sehen die verschiedenen Schichten Unterzeichnung. Wenn ich vom Original stehe, kann ich das gar nicht sehen.

AvH: Da kommst du wahrscheinlich gar nicht so nah ran.

CV: Genau. Super, dann Anke, vielen Dank.

AvH: Danke, Christopher und viel Spaß noch im Zoom.